

ИНСТРУМЕНТЫ УЧЕТА ТОРГОВЫХ ИЗДЕРЖЕК В РИТЕЙЛЕ КАК АНТИКРИЗИСНЫЕ МЕРОПРИЯТИЯ

Д.Д. Пташинская, Н.С. Остертаг*

Томский политехнический университет, г. Томск
E-mail: irina.chernaya96@list.ru, *ostertag_n@sibmail.com
Научный руководитель: Плучевская Э.В., канд. экон. наук, доцент

Данная статья посвящена проблеме, связанной с учётом торговых издержек в ритейле в современной кризисной ситуации на рынке товаров и услуг. Особое внимание уделено тому, какие изменения происходят в спросе на фоне кризиса, а также представлены рекомендации как поступать ритейлерам в сложившейся ситуации. Рассмотрена концепция бережливого производства и то, с чем приходится бороться на предприятии. На основе проведенного исследования сделан вывод, что главной задачей на сегодняшний день для ритейлеров является оставить доступные цены на продукцию, сохранив при этом качество и объем производимой продукции.

Целью данной работы являлось изучение бережливого производства как инструмента антикризисных мероприятий в сфере розничной торговли. Для достижения цели был поставлен ряд задач, а именно: дать определение понятиям «розничная торговля», «бережливое производство»; рассмотреть изменения в спросе покупателей на фоне кризиса; рассказать, как в период кризиса и санкций на предприятии поддерживают объем производства, качество выпускаемой продукции, при этом сохраняя доступны цены для потребителей рынка.

Розничная торговля (или ритейл) представляет собой продажу товаров конечным потребителям. В розничной торговле реализуют товары для конечного потребления частными лицами (покупателями). Абсолютно неважно, каким образом будет осуществляться розничная торговля, возможны варианты торговли по телефону, продажи в интернете, а также личные продажи. Не имеет значения, где продается товар в розницу – это могут быть: гипермаркет, магазин, рынок, киоск и многое другое.

Розничная торговля классифицируется по таким параметрам как:

- 1) собственность (розничный торговец, не зависящий ни от кого, совместное владение розничной точкой или несколькими, контракты между розничными торговцами и производителями, кооперативы и пр.);
- 2) форма (универсам, универмаг, супер- и гипермаркет, дежурный магазин, специализированный магазин, магазин доступных (сниженных, народных) цен, разносчики, лотки, базары).

Каждый тип торгового предприятия имеет свою сферу и план охвата клиентов. Так, розничная торговля золотом и мехами осуществляется в специализированных отделах крупных торговых центров или в отдельных, географически удаленных от других торговых точек магазинах, а хлеб, молоко и мороженое вполне уместны в киосках около станций метро [1].

Торговые организации, как и любые другие, несут расходы. Однако специфика работы таких предприятий накладывает отпечаток и на всю бухгалтерскую сферу. Издержки в розничной торговле представляют собой расходы на транспортировку товаров, их хранение, фасовку, доработку. Отчисления, которые торговое предприятие делает в различные государственные внебюджетные фонды, амортизация его

нематериальных активов и основных фондов, также являют собой издержки в розничной торговле.

Также сюда включается и заработная плата работников торгового предприятия, и платежи по кредитам в банки.

Издержки в розничной торговле, являющиеся элементом розничной цены, говорят о том, что чем меньше будут издержки, тем ниже будет цена на товар, что в условиях жесткой конкуренции позволит торговому предприятию не просто снизить расходы на реализацию, но и привлечь больше покупателей, продавая товары по выгодным ценам и увеличивая прибыль.

В торговле расходы условно можно поделить так: затраты на приобретение товаров и издержки обращения. С первой категорией все предельно ясно: сколько средств ушло на закупку, столько и будет учтено в расходах. Со второй дела обстоят несколько сложнее: здесь существуют особые принципы и правила учета. Издержки обращения в бухгалтерском учете учитываются в суммарном выражении и выглядят таким образом:

- расходы по транспортировке товаров;
- расходы на хранение, сортировку, подработку и упаковку;
- расходы на тару;
- расходы по оплате услуг тепло- и энергоснабжающих организаций;
- расходы на аренду имущества и транспорта;
- расходы по ремонту основных средств;
- расходы на рекламу (маркетинг);
- заработная плата рабочим;
- страховые отчисления;
- амортизационные отчисления;
- проценты по кредитам;
- прочие расходы.

В приведенном перечне они могут группироваться по различным признакам – это востребовано для экономических целей и при расчете налоговой базы. Так, постоянные издержки включают себя затраты, которые не меняются в отчетном периоде (например, аренда помещений, амортизация и прочее), а переменные содержат нестабильные затраты (транспортные расходы, проценты по кредитам) [1].

Кроме того, существует и другая градация: прямые издержки относятся непосредственно к определенному товару, а косвенные – носят более отвлеченный характер и чаще всего распределяются равномерно между всей продукцией.

Изменения в спросе покупателей на фоне кризиса

В первую очередь риску подвергаются магазины, которые торгуют товарами известных марок, роскоши и ювелирными изделиями, дорогими подарками, мебелью, автомобилями, одеждой, обувью и аксессуарами. Также понесут убытки дорогие рестораны и развлекательные клубы. В тех частях рынка, которые не продают товары первой необходимости – на них спрос снизится в первую очередь. В связи со сложностями с финансированием и падением спроса для многих ритейлеров могут возникнуть безвыходные ситуации. Помимо того, на всех секторах рынка товаров и услуг возможны волнообразные колебания цен и спроса в связи с резким изменением ситуаций на финансовых рынках. В таких ситуациях рекомендуется использование всевозможного антикризисного PRA, но ни в коем случае стоит не прекращать продвижение ритейла в средствах массовой информации или рекламе.

Не перенесет больших изменений спрос в сегменте рынка продуктов питания, ведь возможны изменения только предпочтений покупателей – наиболее высоким спросом станут пользоваться недорогие продукты и марки товаров. Сократится число покупателей в «дорогих» магазинах, а также возможен приток в дискаунтеры, стоки, cash&carry, секонд-хэнды.

Что можно предпринять ритейлерам в связи с наступающим кризисом? Столкнувшись с первыми трудностями, не стоит принимать скоропалительных решений, которые зачастую оказываются ошибочными.

Далее нужно спокойно и объективно оценить обстановку с разных сторон, в первую очередь с финансовой. Затем спокойно подготовить возможный вариант усовершенствования своего розничного бизнеса, который будет способен привести к уменьшению издержек и повышению рентабельности предприятия. Для того, чтобы продолжить свое существование в условиях кризиса и жесточайшей конкуренции, необходимо провести оценку сильных сторон своего торгового объекта, сравнив их с сильными сторонами конкурентов. Для этого понадобится разработать "антикризисное предложение и антикризисный ассортимент". Не стоит исключать то, что необходимо будет изменить в целом подход к работе и переосмыслить значение тех или иных факторов, дав оценку деятельности всех подразделений фирмы или отдельных ее сотрудников. В сложившейся ситуации не стоит искать простых решений, приходит время профессиональных розничных технологий и стоит подумать о новом направлении развития с учетом сложившейся обстановки. В первую очередь не стоит сокращать штат, но если вы все же пришли к выводу, что выходом из этого могут стать серьезные сокращения штата торгового персонала, то это следует делать последовательно. Нужно заранее подготовить кадры к таким переменам, повысив их квалификацию соответствующим обучением или практикой, перераспределить ответственность и изменить должностные обязанности. Иначе в дальнейшем такое сокращение может чрезвычайно осложнить работу оставшимся сотрудникам. Они в свою очередь теперь не справляются с новым объемом работы, и это негативно сказывается на результатах работы всего предприятия в целом [2].

Рекомендация в такой ситуации одна: необходимо провести анализ и оценку существующей ситуации и выделить основные направления работы:

- Сокращение расходов.
- Работа с ассортиментом.
- Уточнение позиционирования и концепции магазина.
- Повышение качества работы.
- Управление персоналом.
- Минимизация складских запасов.
- Открытие новых направлений в работе.

Оставить доступные цены на продукцию, сохранив качество и объемы производимой продукции, поможет система бережливого производства (БП), как один из вариантов предотвращения потерь и, как следствие, снижения издержек является концепция бережливого производства.

Концепция бережливого производства основана на системном подходе к выявлению скрытых потерь на предприятии и поиску методов их устранения. В результате ощутимо уменьшается время между получением заказа от клиента и отгрузкой готовой продукции. Также в БП применяются бизнес-процессы, для которых требу-

ется минимум людских ресурсов и финансово-материальных вложений на всех этапах работы.

Кроме того, одним из главных моментов данной концепции является постоянное совершенствование процессов на предприятии за счет вовлечения всего персонала в процесс улучшений.

Главными целями системы бережливого производства применимо к ритейлу являются:

- снижение затрат (включая трудовые);
- снижение сроков поставки товара конечному потребителю;
- сокращение складов и производственных площадей;
- гарантированные поставки заказа клиенту;
- достижение максимально возможного качества при заданной стоимости (либо удержание минимальной стоимости при заданном уровне качества).

Таким образом, бережливое производство на предприятии борется со всеми аспектами скрытых потерь (излишки пересорта, излишки товарных запасов лишние операции, простой, потери на транспортировки и т.д.), учитывая при этом безопасность и удобство работы для персонала [3]. Внедрение бережливого производства возможно в компаниях любой специфики: от банковских организаций до военной промышленности. В ритейле БП, на наш взгляд, также является основой функционирования большинства предприятий. Ведь без использования системы БП ни одна компания не может успешно соперничать с конкурентами (а тем более – лидировать в своей сфере).

Мировой опыт показывает следующие результаты внедрения инструментов бережливого производства:

- Производительность труда выросла на 35–70%;
- Время производственного цикла сократилось на 25–90%;
- Бракованная продукция сократилась на 58–99%;
- Качество продукции выросло на 40%;
- Время работы оборудования в исправном состоянии увеличилось до 98,87%;
- Высвобождение производственных площадей на 25–50% [4, 5].

Примеры успешного внедрения бережливого производства встречаются в практике российских компаний. Среди первопроходцев и лидеров можно выделить «Росатом», Группу ГАЗ, Сбербанк, «Северсталь». По данным «Северстали», экономический эффект от внедрения производственной системы за 2011 год составил 250 млн. долларов [6].

Таким образом, в любой системе, во всех сферах, начиная от производства и сборки до гостиничного бизнеса, здравоохранения, ритейла, транспортных компаний и социальных служб, существуют скрытые потери. Эти потери увеличивают издержки производства, не добавляя потребительской ценности, действительно необходимой заказчику. Они также увеличивают срок окупаемости инвестиций и ведут к снижению мотивации сотрудников. Поиск и устранение этих потерь помогает каждый год сохранить миллионы долларов организациям, регулярно оценивающим свою деятельность по стандартам бережливого производства.

Список использованной литературы.

1. Управление магазином: розничная торговля [Электронный ресурс] / Издательский дом «Имидж-Медиа». 2010. URL: <http://trademanagement.ru/termin/55> (дата обращения: 10.10.15).
2. Бережливое производство. Интервью с экспертом [Электронный ресурс] // Консалтинговая группа "Ардис". URL: <http://ardic.ru/news/item/135-intevyi-wp.html> (дата обращения: 10.10.15).
3. Что такое бережливое производство [Электронный ресурс] // Выставочный центр "УДМУРТИЯ". 2015. URL: http://www.vcudmurtia.ru/events/lean/on_the_lean_production/ (дата обращения: 11.10.15).
4. Lean система (Бережливое производство) [Электронный ресурс] // Бизнес-школа SRC. 2015. URL: <http://www.src-master.ru/article25952.html> (дата обращения: 11.10.15).
5. Бережливое производство [Электронный ресурс] // ГК «Оргпром». 2015. URL: <http://www.orgprom.ru/> (дата обращения: 11.10.15).
6. Бережливое производство: антикризисные решения [Электронный ресурс] // НДП «Альянс Медиа». URL: <http://www.dist-cons.ru/PressReleasedist-cons/PressReleaseShow.asp?ID=548751> (дата обращения: 12.10.15).
7. Антикризисное управление в ритейле [Электронный ресурс] // «Юнион-Стандарт Консалтинг». URL: <http://www.shop-academy.com/articles/retail/anti-crisis-retail.htm> (дата обращения: 12.10.15).

**ГАРМОНИЗАЦИЯ СТАТИСТИЧЕСКИХ КЛАССИФИКАТОРОВ
ЭКОНОМИЧЕСКОЙ ИНФОРМАЦИИ: ОЦЕНКА СОВРЕМЕННОГО
РОССИЙСКОГО ОПЫТА И ПУТИ СОВЕРШЕНСТВОВАНИЯ**

С.А. Рожкова

Томский политехнический университет, г. Томск

E-mail: sar4@tpu.ru

Научный руководитель: Агеева В.В., канд. ист. наук, доцент

Гармонизация статистических и экономических классификационных систем является важнейшим направлением совершенствования бухгалтерского и финансового учета. Максимально гармонизированные классификационные системы могут значительно повысить сопоставимость статистических данных, предоставляемых различными странами и организациями. Данная статья посвящена систематизации проблемных вопросов в области гармонизации российских классификаторов продукции и видов экономической деятельности. Результаты исследования показывают, что современная российская классификационная система не в полной мере гармонизирована с международной системой, лежащей в основе национальной детализации.

В современных условиях международной интеграции и глобализации экономических процессов мировое сообщество становится все более единым, возрастает роль разработки и применения правил и форм международного сотрудничества. Классификационные системы решают обширный спектр задач, начиная от классификации и кодирования товаров при их перемещении через таможенную границу, осуществления финансового и налогового контроля, ведения статистического учета, и заканчивая составлением каталогов продукции.